

**RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD
(Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi

Oleh

PUSPA CHIKA STEVIASARI

NPM : 1641010284

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441/2020 M**

**RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD
(Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah Dan Komunikasi



Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing II : Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA (AS), Ph.D

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN AKADEMIK 1441 H / 2020 M**

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puspa Chika Steviasari
NPM : 1641010284
Jurusan Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau seduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Bandar Lampung, Juni 2020

Penulis



Puspa Chika Steviasari
1641010284

ABSTRAK

RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD

OLEH

PUSPA CHIKA STEVIASARI

Retorika dakwah merupakan seni bicara seorang da'i untuk mempengaruhi orang lain (mad'u) melalui pesan dakwah atau seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam dengan benar untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam penelitian ini penulis menganalisis terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad. Dengan rumusan masalah bagaimana retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian menggunakan studi kepustakaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian berdasarkan data primer dan sekunder. Sifat penelitian menggunakan deskriptif analitis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana dengan metode analisis isi kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Analisis penelitian ini menyatakan bahwa ustadz Abdul Somad dalam video dakwahnya di YouTube menggunakan gaya bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan kondisi mad'u. Serta ustadz Abdul Somad memiliki gaya suara yang khas, seperti logat daerah asalnya yaitu logat melayu dan artikulasi atau pelafalan yang jelas. Sehingga apa yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah untuk dimengerti dan dipahami. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube, bahwasannya ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, diantaranya yaitu: Persuasif (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), rekreatif (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan logos (meyakinkan khalayak melalui logika).

Kata Kunci : Analisis, Retorika Dakwah, Abdul Somad, Youtube



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289

PERSETUJUAN

Tim pembimbing telah membimbing dan mengoreksi skripsi

Saudari :

Nama Mahasiswa : Puspa Chika Steviasari

NPM : 1641010284

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)

MENYETUJUI

Untuk di munaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang

Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

NIP. 195707151987031003

Bambang Budiwiranto, MA (AS), Ph.D

NIP. 197303191997031001

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si

NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)” disusun oleh, Puspa Chika Steviasari, NPM: 1641010284 Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : 29 Juni 2020

Tim Penguji

Ketua : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I

Sekretaris : Ade Nur Istiani., M. I. Kom

Penguji I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag

Penguji II : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Penguji III : Bambang Budiwiranto., M.Ag, MA (AS), Ph.D

Mengetahui

DEKAN



Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP.196104091990031002

MOTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۖ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ - ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”



PERSEMBAHAN

Tiada kata yang dapat saya ucapkan, kecuali rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Sumarto dan Ibu Tri Wahyuni, yang telah mengajarkan kepada saya makna sesungguhnya dari kehidupan. Orangtua yang senantiasa menguatkan disetiap langkah, dan yang telah memberikan segalanya untuk keberhasilan anak-anaknya, serta selalu memberikan semangat ketika menghadapi beratnya ujian didalam kehidupan ini.
2. Adikku tersayang Kheisya Eidelweis.
3. Keluarga besar, terutama untuk kakek Sungkono, nenek Wagini dan nenek Latifa yang selalu memberikan semangat, dukungan dan saran kepadaku sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis yang bernama Puspa Chika Steviasari lahir di Bandar Lampung, pada tanggal 11 september 1998, anak pertama dari dua bersaudara. Terlahir dari pasangan Bapak Sumarto dan Ibu Tri Wahyuni.

Pendidikan yang penulis tempuh ialah TK Darma Wanita Kabupaten Pesawaran diselesaikan pada tahun 2004, penulis kemudian melanjutkan sekolah dasar di SDN 1 Sukaraja Kabupaten Pesawaran, kemudian pindah ke SDN Umpu Kencana Kabupaten Blambangan Umpu yang diselesaikan pada tahun 2010, penulis kemudian melanjutkan ke SMPN 5 Blambangan Umpu Kabupaten Way Kanan diselesaikan pada tahun 2013, selanjutnya penulis melanjutkan ke jenjang berikutnya yakni Sekolah Menengah Atas di SMAS DCC Global Bandar Lampung di selesaikan pada tahun 2016, penulis kemudian melanjutkan pendidikannya ke tahap yang lebih tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dan diterima di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Prestasi yang pernah penulis raih, yaitu: Juara 1 Harapan Modeling (2005), Juara ke- 3 Modeling (2006), Juara ke- 2 Sinopsis Se-Kabupaten Way Kanan (2009), Juara ke-7 LCT MIPA (2013), 20 Besar Olimpiade Matematika Se-Provinsi Lampung (2014), 30 Besar Olimpiade Fisika Se-Lampung (2014), Student Of The Year Award (2014), Juara 10 Mathscience Competition (2015), Student Of The Year Award (2015).

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti kegiatan komunitas ekstra yaitu Generasi Baru Indonesia (GenBI) sebagai anggota 2019.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur saya sampaikan kehadirat Allah SWT, Rabb semesta alam, Sang pemberi petunjuk, Sang pemberi pertolongan dan Sang Maha segalanya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang selalu berjuang di jalan Allah SWT. Karena jasa beliau yang telah memberikan contoh suritauladan yang baik sehingga secara tidak langsung penulis termotivasi menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari menuntut ilmu.

Selama penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami oleh penulis, baik yang menyangkut waktu, pengumpulan data maupun pembiayaan dan sebagainya. Namun dengan hidayah dan inayah Allah SWT dan berkat usaha disertai dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka segala kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi dengan sebaik-baiknya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari motivasi, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dengan penuh rasa penghormatan penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
2. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

3. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
4. Prof. Dr. H. M. Nasor M.Si dan Bapak Bambang Budiwiranto, M.Ag., MA (AS), Ph.D selaku pembimbing I dan pembimbing II atas keikhlasanya waktu dan ilmunya dalam memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak pelajaran berharga serta menyediakan segala fasilitas dalam rangka penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu guru yang telah mengajarkan sedari TK yang tentunya tak bisa kusebutkan satu persatu atas keikhasannya yang telah membekali ilmu pengetahuan, membuka wawasan, dan memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.
7. Kakak tingkat mba Yuni, mba Kartika dan kak Zaenal serta teman-temanku KPI/E/2016 khususnya Lita,Uut dan Dede. Tak lupa teman sekamarku Emel dan sahabat yang selalu ada Ayyana. Mereka yang selalu ada dikala suka maupun duka, yang telah memotivasi, mendukung, dan memberikan bantuan baik petunjuk atau berupa saran-saran yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi membantu dan juga memberikan dukungan materi maupun non materi demi terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulis masih menyadari banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif terhadap karya ini sangatlah penulis harapkan.

Bandar Lampung, Juni 2020

Penulis



Puspa Chika Steviasari
1641010284

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMANPERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Signifikansi Penelitian	6
G. Metode Penelitian	6
1. Pendekatan Penelitian	6
2. Desain Penelitian	8
3. Prosedur Pengumpulan Data.....	9
4. Prosedur Analisis Data.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Media Sosial	14
1. Pengertian Media Sosial	14
2. Karakteristik Media Sosial	15
3. Jenis-jenis Media Sosial	15
4. Youtube Sebagai Media Sosial	17
B. Retorika Dakwah	19
1. Pengertian Retorika	19
2. Pembagian Retorika	21
3. Teknik Retorika	22
4. Manfaat Retorika	25
5. Unsur-unsur Retorika.....	27
6. Pengertian Retorika Dakwah	30
7. Tujuan Retorika Dakwah	34

C. Tinjauan Pustaka	35
---------------------------	----

BAB III BIOGRAFI DAN YOUTUBE RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD

A. Biografi Ustadz Abdul Somad	
1. Biografi Singkat Ustadz Abdul Somad	38
2. Karya Ilmiah Ustadz Abdul Somad	43
3. Penghargaan Ustadz Abdul Somad.....	46
B. Youtube Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad	50
C. Nilai-nilai Retoris Dalam Dakwah Ustadz Abdul Somad	60

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Temuan	70
B. Perbandingan Teori dan Temuan.....	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90
C. Penutup	91

DAFTAR PUSTAKA DAFTAR LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Struktur Wacana Van Dijk.....	12
1.2 Uraian Struktur Wacana Van Dijk.....	12
1.3 Indikator Unsur Retorika	29
1.4 Unsur-unsur Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di <i>Youtube</i>	57



DAFTAR GAMBAR

1.1 Tokoh Perubahan Republika 2017	47
2.1 Gelar Datuk Seri Ulama Setia Negara dari Lembaga Adat Melayu	48
3.1 KAYI MANGKU JAGADILAGA	49



DAFTAR LAMPIRAN

- 1.1 Surat Keputusan Judul Skripsi
- 1.2 Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- 1.3 Dokumentasi Penelitian



RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD

ABSTRAK

RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD

OLEH
PUSPA CHIKA STEVIASARI

Retorika dakwah merupakan seni bicara seorang da'i untuk mempengaruhi orang lain (mad'u) melalui pesan dakwah atau seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam dengan benar untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam penelitian ini penulis menganalisis terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad. Dengan rumusan masalah bagaimana retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian menggunakan studi kepustakaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian berdasarkan data primer dan sekunder. Sifat penelitian menggunakan deskriptif analitis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana dengan metode analisis isi kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Analisis penelitian ini menyatakan bahwa ustadz Abdul Somad dalam video dakwahnya di YouTube menggunakan gaya bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan kondisi mad'u. Serta ustadz Abdul Somad memiliki gaya suara yang khas, seperti logat daerah asalnya yaitu logat melayu dan artikulasi atau pelafalan yang jelas. Sehingga apa yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah untuk dimengerti dan dipahami. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube, bahwasannya ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, diantaranya yaitu: Persuasif (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), rekreatif (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan logos (meyakinkan khalayak melalui logika).

Kata Kunci : Analisis, Retorika Dakwah, Abdul Somad, Youtube

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi penelitian ilmiah ini, terlebih dahulu akan dijelaskan apa yang dimaksud dari judul penelitian ilmiah. Adapun judul penelitian ilmiah yaitu “**RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)**”, maksud judul tersebut dapat ditegaskan sebagai berikut.

Retorika dakwah berasal dari dua kata yaitu retorika dan dakwah. Retorika berarti kesenian untuk berbicara baik (*kunst, gut zu reden atau rs bene dicendi*) yang dicapai berdasarkan bakat alam (*talenta*) dan keterampilan teknis (*ars, techne*).¹ Menurut Aristoteles, retorika memiliki bagian inti, yaitu: *Ethos (ethical)* yang berarti karakter pembicaraan yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, *Phatos (emotional)* yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan psikologi massa, dan *Logos (logical)* yang berarti pemilihan kata, kalimat, atau ungkapan oleh pembicaraan.² Menurut Dori Wuwur Hendrikus berpendapat bahwa retorika adalah kesenian untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar manusia secara singkat, jelas, padat dan menesankan untuk mencapai tujuan tertentu.³

¹Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Beragumentasi, Bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991) h. 14

²Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara, 2013), h. 142

³Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil....*, h. 14

Dakwah menurut bahasa berarti panggilan seruan atau ajakan.⁴ Menurut M. Arifin dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok.⁵

Jika digabungkan definisi retorika dakwah atau kemampuan dalam kemahiran menggunakan bahasa dakwah adalah masalah pokok dalam menyampaikan dakwah. Kesuksesan seorang da'i dalam berdakwah lebih banyak ditunjang dan ditentukan oleh kemampuan retorika yang dimiliki oleh da'i tersebut. Retorika dapat dikatakan sebagai alat dan saran untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan kata lain keberhasilan dan kegagalan da'i dalam berdakwah tergantung pada retorika dakwahnya.

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis.⁶ *YouTube* merupakan sebagai salah satu media sosial yang timbul karena perkembangan teknologi dan banyaknya kebutuhan masyarakat dalam menggunakan digital sebagai media berkomunikasi dan mendapatkan informasi.

Youtube Ustadz Abdul Somad sudah memperoleh *Gold Play Button* setelah memperoleh 1 juta *subscriber* dari *channel Youtube* miliknya dan hasil kerjasama dengan Ustadz Mustahafa Umar, Tafaquh video. Kini Ustadz Abdul

⁴ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, (Jakarta: Rajawali pers, 2012), h.1

⁵ Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2019), h.

⁶ Muh. Siswa. R, *Penggunaan Youtube Sebagai Electronic Publik Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3, No 2, (2015) h. 18

Somad membuat *channel Youtube* sendiri yang bernama “Ustadz Abdul Somad Official” yang diikuti 856 ribu *subscriber* dengan jumlah total sebanyak 400 video. Video yang beliau sampaikan dalam *platform Youtube* nya merupakan kumpulan ceramah dan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan oleh jemaah.⁷

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menilai bahwa retorika dakwah Ustadz Abdul Somad sangat perlu untuk dibahas. Hal ini dikarenakan ceramah beliau di media sosial digemari oleh berbagai kalangan, mulai anak muda hingga orang tua. Begitu pula cara beliau menyampaikan ceramah yang mudah dimengerti, ringan, luas dan mendalam, juga diselingi kelakar yang segar.
2. Pokok bahasan yang mengenai judul skripsi ini sangatlah relevan dengan disiplin ilmu Jurusan dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Literatur dan bahan-bahan yang mendukung dalam penelitian studi kepustakaan ini banyak tersedia secara Dokumentasi sehingga mampu menunjang penulis dalam melakukan penelitian ini.

C. Latar Belakang Masalah

Retorika dakwah seorang da'i sangat mempengaruhi penampilannya di atas mimbar. Audiens akan sulit mengerti dengan penyampaian ceramah seorang ustadz jika tidak memiliki seni berbicara yang baik. Banyak faktor yang mempengaruhi kegagalan seorang da'i saat berdakwah, seperti bahasa yang sulit

⁷<https://youtu.be/goLxMUR8a-o> diakses dari selasa, 9 juni 2020, pukul 16:59

dipahami, materi yang disampaikan tidak menarik, artikulasi tidak jelas, serta tidak ada bukti yang kuat dari ucapan yang dilontarkan

Keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u sangat ditentukan oleh da'i dalam menyampaikan pesan kepada mad'unya, sehingga membuat orang yang mendengarkannya merasa senang dan tertarik serta mampu memberikan pemahaman kepada mad'u tentang pesan yang disampaikan da'i.

Penelitian ini akan membahas tentang Retorika Dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Abdul Somad melalui *flatfrom* Youtube. Penulis melihat retorika dakwah Ustadz Abdul Somad sangat tepat untuk dilakukannya penelitian. Semua kalangan menyukai ceramahnya mulai dari anak muda hingga orang tua, karena materi dakwah yang dibawakan oleh Ustadz Abdul Somad mudah dipahami dan selalu diselingi dengan humor spontan yang segar sehingga tidak membuat mad'u bosan saat mendengarkan ceramah beliau.

Ustadz Abdul Somad adalah seorang ustadz yang namanya populer sejak pertengahan tahun 2017 lalu. Beliau adalah ustadz yang memiliki kepribadian sederhana, baik dari segi pakaian maupun tingkah lakunya, ramah kepada masyarakat dan selalu tampil prima. Inilah sebab mengapa banyak masyarakat yang menyukai Ustadz Abdul Somad. Beliau terkenal karena video-video ceramahnya selalu menghiasi beberapa media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*.

Dakwah memiliki tantangan yang besar pada Era Globalisasi saat ini, terutama saat berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Ustadz Abdul Somad berhasil memanfaatkan perkembangan teknologi dengan

mendongkrak popularitasnya dengan berdakwah. Retorika yang dimiliki Ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak sangat apik sehingga dapat diterima tanpa ada unsur paksaan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena memiliki fokus yang berbeda-beda. Penulis memilih tokoh Ustadz Abdul Somad sebagai objek yang akan diteliti, karena penyampaian dakwah beliau di Youtube sangat memukau, materi yang disampaikan mudah dimengerti dan candaan yang tidak berlebih. Dalam ceramahnya, Ustadz Abdul Somad sering mengulas berbagai persoalan agama, seperti ilmu fikih dan ilmu hadis. Beliau juga banyak membahas mengenai nasionalisme dan berbagai masalah yang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Pokok bahasan dalam penelitian ini sangat relevan dengan ilmu yang di terapkan dalam Jurusan dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Berangkat dari pemaparan di atas, penulis tergugah untuk meneliti lebih jauh tentang Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad, dalam penelitian ini penulis melakukan analisis wacana terhadap *Youtube* Ustadz Abdul Somad.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di *Youtube*?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai atas rumusan masalah yang diterapkan, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika dakwah ustadz Abdul Somad di *Youtube*.

F. Signifikasi Penelitian

Adapun signifikasi dari penelitian ini yaitu:

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan kajian keislaman, terutama pada ilmu retorika dakwah baik lembaga pendidikan maupun dimasyarakat.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam mengimplementasikan retorika dakwah yang merupakan salah satu aspek penting dalam berdakwah .

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.⁸

Adapun metode yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Pada umumnya, penelitian dilakukan guna mencari kebenaran dan menemukan fakta-fakta. Berdasarkan pada pemaparan permasalahan diatas, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah

⁸Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h.

sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi”.⁹

Penelitian kualitatif menggunakan “deskriptif analitis”, yakni suatu sifat penelitian yang tujuan utamanya ialah memberikan gambaran secara utuh mengenai suatu individu, keadaan, gejala ataupun kelompok-kelompok tertentu.¹⁰

Deskriptif analitis merupakan proses pengurutan data penelitian, menyusun data tersebut kedalam pola, kategori, serta satuan deskriptif dasar¹¹. Metode ini fungsi utamanya ialah menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang keabsahannya terjamin, karena kegiatan analisis ditujukan untuk mengetahui makna, kedudukan, dan hubungan antara berbagai konsep, untuk selanjutnya mengetahui manfaat, hasil atau dampak dari hal-hal tersebut¹². Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis berarti memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian, lalu mengumpulkan dokumen-dokumen yang keabsahannya terjamin untuk kemudian diolah dan dianalisis agar dapat diambil kesimpulan yang lebih nyata. Pada penelitian studi pustaka, peneliti berusaha mengumpulkan data-data terkait

⁹ Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2017), h. 9.

¹⁰ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1993), h. 30.

¹¹ Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 174.

¹² Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet. VI, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 81-82.

penelitian, kemudian memilah data-data tersebut dan menyusunnya kembali berdasarkan jenis data.¹³

2. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan desain analisis wacana.¹⁴ Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif, yaitu suatu metode yang biasa digunakan untuk memahami pesan simbolik dari suatu wacana atau teks.¹⁵

Apabila ditinjau dari jenis penelitian, maka penelitian ini tergolong kedalam studi kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian berbasis kepustakaan yang khusus mengkaji suatu permasalahan guna memperoleh data dalam penelitian-penelitian. Studi kepustakaan merupakan suatu kegiatan penting yang tidak bisa dipisahkan dalam sebuah penelitian. Sebab dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti tentu akan mendapat banyak sekali teori-teori yang mendasari masalah. Adapun lokasi yang dipandang tepat dalam mengadakan penelitian ini ialah di perpustakaan, karena di perpustakaan seorang peneliti akan lebih mudah mengakses berbagai sumber kajian yang relevan dengan masalah yang hendak dipecahkan.¹⁶

Adapun yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan pada penelitian ini ialah jenis penelitian dengan mengkaji berbagai data-data

¹³Jhon W. Creswell, *Research Design; Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, terj. Achmad Fawaid, Rianayati Kusmini Pancasari, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), h. 260.

¹⁴Aris Badara, *Analisis Wacana Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h.72

¹⁵*Ibid.*, h. 63

¹⁶Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h. 35.

yang terkait dalam penelitian, baik data yang berasal dari data utama (primary Data) maupun data-data pendukung (sekundary Data) yang memiliki kaitan langsung dengan masalah yang akan diteliti, sehingga dapat ditemukan berbagai gagasan retorika dahwah ustadz Abdul Somad di *Youtube*.

3. Prosedur Pengumpulan Data

Untuk mempermudah proses penelitian, maka peneliti menggunakan berbagai metode pengumpulan data untuk memperoleh berbagai data yang diinginkan. Untuk mendapatkan data yang valid dalam menggunakan data penelitian, maka peneliti menggunakan teknik dan metode dokumentasi.

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.¹⁷

Dalam penulisan skripsi ini sumber data yang akan peneliti gunakan yaitu :

a. Sumber Data Primer (Primary Data)

Sumber data primer (Primary Data) adalah salah satu data penelitian yang secara langsung dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber data yang terkait dalam penelitian untuk kemudian digunakan sebagai sumber data utama dalam suatu penelitian. Dari penjelasan

¹⁷Dewi Saidah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung:Remaja Rosda Karya, 2015), h. 68

tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud sumber data primer dalam penelitian ini ialah sumber data yang memberikan data langsung berupa video-video ustadz Abdul Somad di Youtube.

1. Ustadz Abdul Somad Official, *channel Youtube* ini berisi ceramah dan tanya jawab bersama Ustadz Abdul Somad durasi ceramah 60 detik dan tanya jawab 30 detik. Penulis mengambil 10 sampel dari 400 video.

b. Sumber Data Sekunder (Sekundary Data)

Sumber data sekunder (Sekundary Data) adalah seluruh data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan objek penelitian¹⁸. Adapun sumber data sekunder (sekundary Data) yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini, tentu peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan sumber-sumber data yang berkaitan dengan dakwah ustadz Abdul Somad.

1. Abdul Somad Ustadz Zaman Now, buku ini ditulis oleh Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf diterbitkan oleh Mutiara Media pada tahun 2018, buku ini menjelaskan tentang biografi Ustadz Abdul Somad, karya-karya beliau dan metode dakwah yang disampaikan.¹⁹
2. Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now, buku ini ditulis oleh Tim Redaksi Qultummedia, diterbitkan oleh Qultum

¹⁸*Ibid.*, h. 261

¹⁹Ni'amul Qohar & Muhammad Yusuf, *Abdul Somad....*, h. 1

Media pada tahun 2018, buku ini menjelaskan tentang biografi Ustadz Abdul Somad, karya-karya beliau dan metode dakwah yang disampaikan.²⁰

4. Prosedur Analisis Data

Pada tahapan analisis data, data yang sudah dikelompokkan selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis wacana²¹. Setelah semua data terkumpul lalu dianalisis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian tersebut yakni dengan menggunakan metode analisis wacana, yaitu telah mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks dan situasi (Firth).

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif, yaitu suatu metode yang biasa digunakan untuk memahami pesan simbolik dari suatu wacana atau teks.²²

Model yang digunakan adalah model Teun A. Van Dijk, menurutnya penelitian wacana tidak hanya terbatas pada teks semata, tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Kelebihan analisis wacana model Van Dijk adalah bahwa penelitian wacana tidak sematamata dengan menganalisis teks saja, tetapi juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/ pikiran serta kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu²³.

Terdapat tiga struktur atau tingkatan yang menjadi elemen analisis wacana dalam pemaparan struktur teks oleh Teun A Van Dijk. Dengan struktur tersebut kita tidak hanya mengetahui apa yang diliput media,

²⁰Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, (Jakarta: QultumMedia, 2018), h.1

²¹Aris Badara, *Analisis Wacana....*, h. 72

²²*Ibid.*, h. 63

²³Eriyanto, *Analisis Wacana....*, h. 224

namun juga bagaimana media mengungkapkan peristiwa kedalam bahasa tertentu. Berikut ini struktur teks oleh Van Dijk:

Tabel 1.1 Struktur Wacana Van Dijk

Struktur Makro
Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/ tema yang diangkat oleh suatu teks.
Superstruktur
Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
Struktur Mikro
Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks ²⁴

Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media

Berikut akan diuraikan satu persatu elemen wacana Van Dijk yaitu:

Tabel 1.2 Uraian Struktur Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Hal Yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
Superstruktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks utuh	Skema
Struktur Mikro	Semantik Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dalam memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, detil, maksud
Struktur Mikro	Sintaksis Bagaimana kalimat	Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata

²⁴*Ibid.*, h. 227

	(bentuk,susunan) yang dipilih.	Ganti
Struktur Mikro	Stilistik Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Ekspresi ²⁵

Sumber: Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media



²⁵*Ibid.*, h. 228-229

BAB II

LANDASAN TEORI

A. MEDIA SOSIAL

1. Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual²⁶. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).

Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media Sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.²⁷

Dari definisi diatas, dapat dipahami bahwa media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet) dimana para pengguna (user) media sosial bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

²⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), h. 104

²⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 11

2. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama, social media mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:²⁸

- a. Jangkauan (reach): daya jangkauan social media mencakup skala kecil hingga khalayak global.
- b. Aksesibilitas (accessibility): social media lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
- c. Penggunaan (usability): social media relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
- d. Aktualitas (immediacy): social media dapat memancing respon khalayak lebih cepat.

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa yang disebarkannya, ada yang berbentuk tulisan pribadi, foto, video, dll. Namun Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial menjadi 6, yaitu:²⁹

- a. Proyek Kolaborasi

Proyek kolaborasi ialah jenis media sosial ini bisa memungkinkan penggunaanya untuk membuat konten secara bersama-sama.

Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunaanya bisa membuat

²⁸Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication* (Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011), h. 116.

²⁹Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2016), h. 63-64

konten, atau bisa mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

b. Blog

Blog merupakan jenis dari media sosial yang di dalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. Blog ini bentuknya situs pribadi yang berisikan kumpulan konten yang dianggap menarik seperti tulisan keseharian dari pengguna.

c. Komunitas Konten

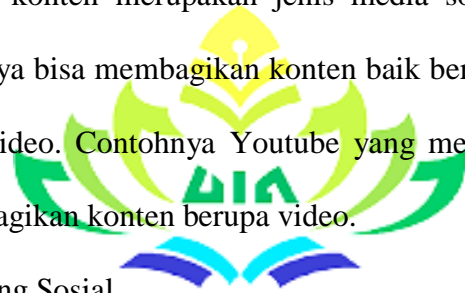
Komunitas konten merupakan jenis media sosial yang membuat penggunanya bisa membagikan konten baik berupa tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya Youtube yang membuat penggunanya bisa membagikan konten berupa video.

d. Situs Jejaring Sosial

Situs jejaring sosial adalah jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berhubungan dengan pengguna lain dengan cara saling berinteraksi, seperti mengirimkan pesan, gambar, atau pun video. Contohnya Facebook, Instagram, Path, dan lain sebagainya.

e. Virtual Game World

Virtual game world ialah jenis media sosial yang membuat penggunanya untuk saling berintraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar dan saling berinteraksi seperti dalam dunia nyata. Contohnya game online.



f. Virtual Sosial World

Virtual Sosial World merupakan jenis media sosial yang mana penggunaanya bisa mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunaanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan merasakan nuansa tiga dimensi.

4. Youtube Sebagai Media Sosial

Media sosial memang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari untuk mencari sebuah informasi ataupun berkomunikasi dengan teman melalui media sosial, media dapat memberikan manfaat bagi pengguna karena dengan informasi yang akurat juga dapat mempercepat penyelesaian masalah, kemajuan teknologi informasi akan dapat memperlancar dan mempermudah proses pembangunan terutama dalam kaitannya dengan penyiaran informasi yang ada di youtube agar terbentuknya situasi psikologis dan kesadaran pada remaja tentang manfaat dari rencana pembangunan.

Media yang sehat dapat memberikan berbagai pendidikan dan ilmu pengetahuan yang berguna untuk menumbuhkan bakat dan wawasan penalaran kepada semua khalayak ramai, meski usianya berbeda-beda, alhasil jika media dikelola dengan tangan yang terpercayadan dikelola dengan siasat yang sehat dan membangun sesuai dengan prinsip dan akhlak umat maka akan memberikan dampak yang positif dan berperan aktif dalam membina kehidupan yang adil, makmur, seimbang jasmani dan rohani.³⁰

³⁰ Muna Hada Yakan, *Hati-Hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2000), Cet 9, h. 17.

Membicarakan pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bisa melepaskan diri dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan yang dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode.

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam komunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunti dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, tv, radio, telegram dan satelit.³¹

Youtube sebagai salah satu media dan jaringan sosial yang sering digunakan, dalam proses komunikasi tersebut terdapat komunikasi verbal dan non verbal.

a. Verbal

Pada jenis komunikasi ini digunakan pengucapan maupun bunyi yang menggunakan telinga sebagai pendengar. Sebagai contohnya bahasa daerah, bahasa Indonesia, bahasa prokem dan bahasa gaul. Penggunaan bahasa yang tepat sangat penting berkaitan dengan dunia

³¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu....*, h. 112

periklanan, misalnya dengan sasaran kaum remaja yang tentunya menggunakan ungkapan-ungkapan yang dapat diterima oleh mereka.³²

b. Nonverbal

Kode nonverbal biasanya disebut bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*). Kode nonverbal yang digunakan dalam berkomunikasi sudah lama menarik perhatian para ahli terutama dari kalangan antropologi, bahasa, bahkan dari bidang kedokteran. Dalam komunikasi nonverbal ini juga terdapat komunikasi tubuh atau bahasa tubuh dan komunikasi perilaku, komunikasi visual, komunikasi menggunakan teknologi.³³

Youtube merupakan situs web yang menyediakan berbagai macam video, film, dan berbagai macam video klip. Salah satunya adalah video dakwah Ustadz Abdul Somad yang di upload di situs web *Youtube*.

B. RETORIKA DAKWAH

1. Pengertian Retorika

Rhetorica atau retorika adalah suatu seni berbicara, “the art of speech” (Inggris) atau “de kunst derwelsprekenheid” (Belanda). Dengan demikian titik berat retorika merupakan seni atau kepandaian praktis dan dianggap bukan suatu ilmu pengetahuan.³⁴

Seni kepandaian berbicara dibutuhkan dalam banyak medan kehidupan manusia dalam hubungannya dengan manusia lain. Meskipun

³²Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta 2007), h. 4

³³*Ibid.*, h. 6

³⁴Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam* (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 99

sudah timbul berbagai alat komunikasi (media) yang lebih modern, namun retorika ini masih tetap menjadi keharusan. Pidato yang baik dan tepat juga dapat menghitam putihkan jiwa pendengar, dapat menggetarkan jiwa dan mempengaruhi si pendengar apabila menggunakan retorika.

Dalam buku ilmu komunikasi, retorika berarti ilmu bicara. Sedangkan Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya, *Modern Rhetoric*, mendefinisikan retorika sebagai the art of using language effectively atau seni penggunaan bahasa secara efektif.³⁵ Kedua pengertian tersebut menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit: mengenai bicara, dan pengertian luas: penggunaan bahasa, bisa lisan, dapat juga tulisan.

Rhetorika yang diartikan “The Art Of Persuasion” oleh Aristoteles, adalah ilmu kepandaian berpidato atau tehnik dan seni berbicara di depan umum. Berbicara yang efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar maka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah kita sampaikan umum.³⁶ Berbicara yang efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar maka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah kita sampaikan.

Menurut Rhicard E. Young L. Becker dan K.L. Pike dalam buku “Rhetoric Discovery and Change” mengatakan bahwa, Rhetorika adalah ilmu yang mengajarkan kita menggarap masalah wicara, tutur kata secara heristik, epistemologi, untuk membina saling pengertian dan kerja sama. Pengembangan retorika, penerapan dan penyebar

³⁵Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 53

*luasannya di kalangan calon pemimpin-pemimpin, para da'i-da'iyah dan juru penerang dalam bidang apapun yang menyangkut pembangunan adalah hal yang sangat mutlak.*³⁷

Retorika juga dikenal dalam bahasa arab sebagai khutbah dan muhadhoroh. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah pidato. Secara umum retorika ialah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa Inggris rhetoric bersumber dari perkataan latin rhetorica yang berarti ilmu berbicara.³⁸

Apabila seseorang mampu untuk beretorika, maka seseorang tersebut harus mampu juga mempertanggungjawabkan pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang dihadapinya.

Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan.³⁹

2. Pembagian Retorika

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (Linguistik), khususnya ilmu bina bicara (Sprecherziehung). Retorika sebagai bagian dari ilmu bina bicara ini mencakup:

a. Monologika

³⁷*Ibid.*, h. 14

³⁸Firiana Utami Dewi, *Public Speaking*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 59

³⁹Been Rafanani, *Trik Kilat....*, h.8

Monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah dan deklamasi.⁴⁰

b. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.⁴¹

c. Pembinaan Teknik Bicara

Efektifitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik bicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika.

Dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita.

⁴²Dengan adanya tiga bagian ini dalam retorika, maka kita dapat menempatkan diri sesuai dengan apa yang ingin kita sampaikan.

3. Teknik Retorika

Dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak, maka diperlukan teknik retorika agar pesan yang disampaikan tersebut dapat diterima. Adapun teknik retorika menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu:

⁴⁰Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil....*, h.16

⁴¹*Ibid.*, h. 17

⁴²*Ibid.*, h. 18

a. Informatif

Yaitu bertujuan untuk menyampaikan informasi. ⁴³Biasanya informasi yang disampaikan merupakan wawasan baru yang dimiliki oleh seseorang. Dan khalayak diharapkan untuk mengetahui dan mengerti.

b. Persuasif

Yaitu proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. ⁴⁴Teknik persuasif bersifat mempengaruhi pendengar.

Dalam teknik persuasif terdapat formula segitiga retorika, yaitu metode yang sangat berguna untuk menyusun kalimat-kalimat yang tepat dalam penerapan prinsip persuasi. Aristoteles menerangkan bahwa model persuasi berdasarkan segitiga retorika terdiri dari:

1) Ethos (etika/kredibilitas)

Yaitu karakter, intelegensi (pengetahuan yang luas), dan niat baik yang dipersiapkan dari seorang pembicara. Gaya retorika merupakan ethos dalam menyampaikan pesan dakwah. ⁴⁵Tujuan teknik ethos ialah untuk memberikan penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas. ⁴⁶Ada tiga kategori ethos yaitu phronesis atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara.

⁴³Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*...., h. 89

⁴⁴*Ibid.*, h. 102

⁴⁵Kholid Noviyanto dan Sahroni A. Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i Dan Prilaku Memilih Penceramah*, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 04, No. 01, (2004), h.123

⁴⁶Rozita, Charlina, Mangatur Sinaga, *Retorika Ustadz Abdul Somad*, *JOM FKIP*, Vol. 5, No.2, (2018), h. 6

Yang kedua adalah arete atau kebaikan dan kehebatan sang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya. Dan yang terakhir adalah eunoia atau niat baik komunikator kepada audiens-nya.

Ada tiga kategori ethos yaitu phronesis atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara. Yang kedua adalah arete atau kebaikan dan kehebatan sang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya. Dan yang terakhir adalah eunoia atau niat baik komunikator kepada audiens-nya.

Ketiga unsur ini penting karena berkaitan dengan penerimaan pendengar terhadap moralitas dan integritas dari orang yang berbicara.

2) Phatos (emosi)

Yaitu penyampaian ajakan menggunakan efek emosi positif maupun negatif (menyentuh hati khalayak). Tujuan teknik phatos berupa harapan untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian argumentasi phatos inilah yang menguatkan unsur persuasinya. Phatos adalah penentu dari persetujuan pendengar pada pemaparan sang pembicara.

3) Logos (logika)

Yaitu meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti. Melalui teknik ini berarti anda mendekati khalayak lewat otaknya.⁴⁷ Struktur bahasa yang rasional dan proporsional akan ditangkap dengan jelas oleh pikiran para pendengar. Kejelasan dari alasan-alasan serta bukti-bukti yang

⁴⁷<https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/> (9 Februari 2020)

kuat akan mendorong pesan dan argumen menjadi semakin persuasif. Atau logos juga bisa diartikan sebagai pengungkapan fakta dan logika.

c. Rekreatif

Teknik ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menghibur pendengar. Seperti menggembirakan, melepaskan ketegangan, menggairahkan suasana, atau sekedar memberikan selingan yang enak setelah rangkaian acara yang melelahkan.⁴⁸ Dengan adanya teknik rekreatif dalam ceramah, diskusi ataupun seminar maka penyampaian akan lebih bervariasi dan yang mendengar pun tidak akan merasa bosan.

4. Manfaat Retorika

Terkadang kita sering tidak sadar seberapa pentingkah berbicara dalam kehidupan kita. Banyak orang berbicara semaunya, seenaknya tanpa memikirkan apa isi dari pembicaraan mereka tersebut. Sebenarnya berbicara mempunyai artian mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai tujuan tertentu. Tapi sering kali kita mengalami kesulitan dalam mengungkapkan maksud dan isi pikiran kita kepada orang lain.

Sejak awal kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang amat bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum.⁴⁹ Aristoteles saat itu malah sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika, yakni:

- a. Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan. Apa yang terjadi dalam kehidupan ini, menurut Aristoteles ada hal-hal yang

⁴⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*..., h. 125

⁴⁹ I Nengah Martha, *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*, PRASI, Vol. 6, No. 12 (2010), h. 65

memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran. Yang pertama tampak misalnya pada fakta-fakta kehidupan, sedang yang kedua terlihat dari perwujudan perasaan atau appeal negatif terhadap fakta-fakta tersebut. Misalnya: ketidaksukaan, kemarahan dan sebagainya. Untuk itu Aristoteles menegaskan kembali bahwa retorika adalah sarana yang dapat menuntun penutur dalam mengambil keputusan yang benar.

- b. Retorika mengajar penutur dalam memilih argumen Menurut Aristoteles, argumen dibedakan menjadi dua jenis, yakni argumen artistik dan argumen nonartistik. Argumen artistik diperoleh dari pokok persoalan atau topik yang ditampilkan, sedang argumen nonartistik diperoleh dengan melihat fakta-fakta yang ada disekitar topik, baik yang terkait langsung maupun yang tidak terkait langsung dengannya.
- c. Retorika mengajar penutur dalam mempersuasi Dalam hubungan ini, tampak sekali misalnya ketika retorika mengajarkan bagaimana menata tuturan secara sistematis, memilih materi bahasa yang tepat untuk mewadahi unit-unit topik, dan menampilkannya menurut cara-cara yang efektif.
- d. Retorika membimbing bertutur secara rasional Seperti telah disebut di atas, bahwa dalam realitas kehidupan ada sesuatu yang benar, dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan. Karena itu, untuk memperjuangkan kebenaran yang pertama demi mengimbangi kesesatan yang dibenar-benarkan, seorang penutur perlu memanfaatkan

retorika. Dengan bertutur secara rasional inilah, penutur akan sangat dibantu menghindari kekonyolan-kekonyolan yang mungkin ia buat, sebagai akibat ketidakmampuannya menuturkan topik itu. Keuntungan lain, bahwa tuntunan rasional akan mempercepat tersingkapnya ketidakbenaran.⁵⁰

Lebih dari pada itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tidak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi supaya kehidupannya tidak sulit.⁵¹ Menurut penulis, kehidupan harus berinteraksi dengan cara yang baik, karena akan melahirkan kehidupan aman dan sejahtera dari interaksi yang baik, sedangkan berinteraksi dengan lingkungan dengan cara yang tidak baik, maka keadaanpun akan sulit dan tidak akan membaik.

5. Unsur-Unsur Retorika

Retorika sebagai alat persuasif memiliki unsur dasar retorika sebagai berikut:

1. *To Start of Fire*, sebagai pendahuluan dengan tujuan menarik minat dan perhatian pendengar.
2. *To Build to Bridge*, (membangun jalan pikiran dengan pendengar) dengan tema yang padat dan padat, memilih ilustrasi dan argumen yang meyakinkan.
3. *For Instace*

⁵⁰*Ibid.*, h. 65

⁵¹Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 5

- a. *Confiratio* (positif), yaitu argumen yang memperkuat pendapat yang telah dikemukakan oleh pendapat tokoh-tokoh terkemuka.
 - b. *Refutatio* (negatif), yaitu argumen yang melumpuhkan pendapat pihak lain yang berbeda dengan pendapat kita sendiri, sambil mengetengahkan bukti-bukti yang kongkrit, dengan disertai humor.
4. *So What*, yaitu membuat kesimpulan sebelum penutup, agar pidato itu menjadi suatu kebulatan sehingga kesan terakhir dapat membekas dalam ingatan para pendengar.⁵²

Ada lima unsur dalam retorika:

1. *Act* (tindakan), tindakan adalah tingkah laku yang dilakukan orang dalam setiap harinya, sebagian orang dapat memperhatikan tindakan orang lain dengan hanya melihat bagaimana ia bertingkah laku.
2. *Scene* (medan), medan adalah tempat yang dapat digunakan untuk berpidato, seperti panggung, mimbar dan lain sebagainya.
3. *Agent* (pelaku), pelaku adalah orang yang melaksanakan pidato dan orang yang menjadi sasaran atau pendengar dalam pidato tersebut.
4. *Agency* (sasaran tindak), sasaran tindak adalah alat yang digunakan oleh orator untuk menyampaikan materi pidatonya. Alat ini bisa berbentuk media mimbar, media cetak atau media elektronik.

⁵²AH. Hasanudin, *Retorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: PT Usaha Nasional, 1982), h. 26

5. *Porpusa* (tujuan), tujuan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan retorika, karena dengan tujuan itulah dapat dirumuskan suatu ladsan tindakan dan dengan tujuan pula orang yang mendengar pidato akan memahami terhadap isi pesan yang disampaikan. Sehingga akan timbul perubahan dalam diri pendengar sesuai dengan apa yang diaharapkan pembicara.⁵³

Tabel 1.3 Indikator Unsur Retorika

No.	Unsur-unsur Retorika	Indikator
1.	<i>To Start of Fire</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Awali kata-kata dengan suara lantang • Berbicara dengan jelas
2.	<i>To Build To Bridge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui latar belakang audiens • Menguasai topik pembicaraan • Gunakan kalimat yang mudah dipahami
3.	<i>For Instace</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ucapkan kalimat yang mengandung bukti dari Al Quran dan Sunah • Berikan humor saat memberikan bukti yang kongkrit untuk melumpuhkan argumen.
4.	<i>So What</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ucapkan inti pidato di akhir ceramah agar mudah diingat
5.	<i>Act</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan amar ma'ruf nahi mungkar • Mengamalkan sunah Nabi

⁵³*Ibid.*, h. 28

6.	<i>Scene</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Panggung • Mimbar
7.	<i>Agent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Da'i (Komunikator) • Mad'u (Komunikan)
8.	<i>Agency</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mimbar • Media cetak • Media elektronik • Media sosial
9.	<i>Porpusa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tujuan untuk melakukan perubahan kearah yang lebih baik.

6. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits⁵⁴. Retorika dakwah juga merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat diterima. Adapun seni yang diajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ

أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ - ١٢٥

⁵⁴ Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol. X, No. 1 (2009), h. 11

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”⁵⁵

Didalam surat An-Nahl ayat 125 menjelaskan bahwa ada beberapa metode retorika dakwah, yaitu:

a. Dakwah bil Hikmah

Menurut al-Qathany yang dikutip oleh Ilyas Ismail dan Prio Hutman, hikmah dalam konteks metode dakwah tidak dibatasi hanya dalam bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, targhib (nasihat motivasi), kelembutan dan amnesti, seperti selama ini dipahami orang. Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah juga meliputi seluruh pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (ta’lim wa tarbiyyah), nasihat yang baik (mau’iza al-hasanah), dialog yang baik pada tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, hingga meliputi kecaman, ancaman, dan kekuatan senjata pada tempatnya.⁵⁶

Kata “Hikmah” dalam Al-Qur’an disebut sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma’rifah, bentuk masdarnya “hukman” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah,⁵⁷ jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah. Pada kalangan tarekat, hikmah diartikan pengetahuan tentang rahasia Allah Swt.

⁵⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, h. 281

⁵⁶Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011), h. 202

⁵⁷Fathul Bahri An-Nabary, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2008), h. 240

Kata hikmah juga berarti bekal seorang dai menuju sukses. Karunia yang diberikan kepada orang yang mendapatkan hikmah insya Allah akan berimbas kepada mad'unya, sehingga mereka termotivasi untuk mengubah diri dan mengamalkan apa yang disampaikan dai kepada mereka.

Hikmah adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya. Kata hikmah ini sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan kesadaran pada pihak mad'u untuk melaksanakan apa yang didengarnya dari dakwah itu. Dengan demikian dakwah bil hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.

Kata hikmah disini mengandung 3 (tiga) unsur pokok, yaitu:

- 1) Unsur ilmu, yaitu ilmu yang shalih yang dapat memisahkan antara yang hak dan yang bathil.
- 2) Unsur jiwa, yaitu menyatukan ilmu tersebut kedalam jiwa sang ahli hikmah, sehingga mendarah daginglah ia dengan sendirinya.
- 3) Unsur amal perbuatan, yaitu ilmu pengetahuan yang menyatu ke dalam jiwanya itu mampu memotivasi dirinya untuk berbuat kebajikan.⁵⁸

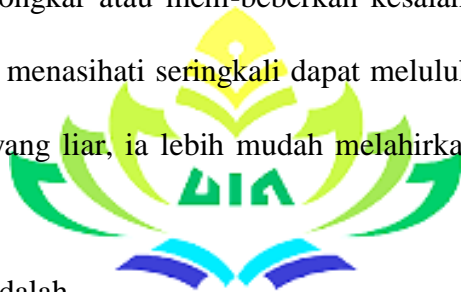
b. Dakwah bil Mau'idza Al-Hasanah

Secara bahasa, mau'izhah hasanah terdiri dari dua kata, yaitu mau'izah dan hasanah. Kata mau'izhah berasal dari kata wa'adza-ya'idzuwa' dzan-„idzatan yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara

⁵⁸ *Ibid.*, h. 241

hasanah memiliki arti kebaikan.⁵⁹ Dakwah bil mau'idzah hasanah disini dapat dimaknai sebagai kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang dai atau mubaligh, kemudian disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk kearah kebijakan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, agar apa yang telah disampaikan dapat dicerna, dihayati dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan.

Mau'idzatul hasanah juga mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan; tidak membongkar atau mem-beberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan-kelemahan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.



c. Dakwah bil Mujadalah

Menurut Ahmad Warson al-Munawwir yang dikutip oleh M.Munir, dari segi etimologi (bahasa) lafazh mujadalah terambil dari kata “jadala” yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif padahuruf jim yang mengikuti wazan faalah, “jaa dala” dapat bermakna berdebat, dan “mujaadalah” perdebatan.⁶⁰

Kata “jadala” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi

⁵⁹M. Munir, *Metode Dakwah*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana 2009), h. 15

⁶⁰*Ibid.*, h. 17

yang disampaikan.⁶¹ Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, al- Mujadalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Dengan adanya ketiga metode retorika dakwah tersebut, maka setiap da'i menjadikan metode al-hikmah, mau'idza hasanah dan mujadalah sebagai pedoman untuk melakukan kegiatan berdakwah.

7. Tujuan Retorika Dakwah

Adapun tujuan dari retorika dakwah dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Suasio atau disebut anjuran (al amru bi al ma'ruf) maksud suasio atau anjuran disini adalah sebuah perintah untuk mengajak kepada hal-hal yang baik atau mengikuti segala sesuatu yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.
- b. Dissuasio atau disebut penolakan (al hahyu al munkar)⁶² maksud dissuasio atau penolakan disini adalah mencegah segala hal-hal yang buruk atau menjauhi segala sesuatu yang telah dilarang oleh Allah SWT.

Adapun dasar dari tujuan retorika dakwah dalam Al-qur'an surat Al- Imran ayat 110 yaitu:

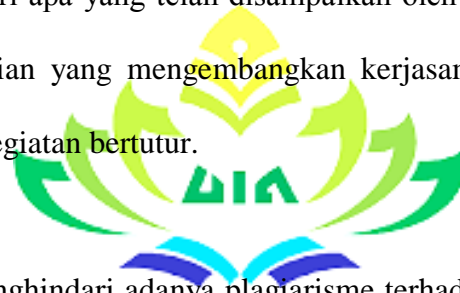
كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ ۚ وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمْ
الْفَاسِقُونَ ۚ — ١١٠

⁶¹*Ibid.*, h. 18

⁶²<http://www.slideshare.net/mobile/DhoennyNgerusuk/retorika-dakwah> (9 Februari 2020)

Artinya : "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik".⁶³

Ayat di atas jelas memberikan ketegasan bahwa setiap seorang da'i memang dianjurkan memiliki tujuan dari apa yang akan disampaikan ketika berdakwah. Dengan menggunakan metode retorika dalam berdakwah, maka apa yang telah disampaikan oleh da'i akan mudah diterima oleh mad'u dan diamalkan di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya tujuan dalam beretorika juga akan menghasilkan sesuatu dari apa yang telah disampaikan oleh seorang da'i, seperti membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.



C. Tinjauan Pustaka

Demi untuk menghindari adanya plagiarisme terhadap karya ilmiah atau duplikasi penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti lain, maka peneliti mengkaji kembali beberapa karya ilmiah yang menyinggung permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis. Penulis tidak menemukan penulisan karya ilmiah tentang tokoh Abdul Somad, jadi penulis hanya mengambil tokoh lain tetapi berkaitan dengan retorika. Adapun beberapa karya ilmiah yang mengkaji tentang retorika dakwah yaitu:

1. Aisatul Cholifah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tahun 2018. Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (analisis

⁶³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*. (Depok: Penerbit Gema Insani, 2015)
h. 64

semiotik gaya bahasa dan bahasa tubuh dalam ceramah “pemuda masa’ gitu”).⁶⁴ Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada retorika dakwah ustadzah Haneen Akira pada ceramahnya yang bertema “pemuda masa’ gitu” di *YouTube*. Disini penulis menganalisis gaya bahasa dan bahasa tubuhnya satu persatu yang terdapat dalam video yang berdurasi 28 menit 47 detik tersebut dengan menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu ustadzah Haneen Akira menggunakan bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi dan bahasa percakapan. Serta bahasa tubuhnya juga tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan.

2. Ahmad Arif Khakim, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tahun 2014. Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siau (studi pada program acara pengajian *Inspirasi Iman* di TVRI).⁶⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kasus yang mana penulis terjun langsung pada peristiwa dimana data diperoleh dan dikumpulkan dari subjek dan orang-orang yang bersangkutan. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah susunan bahasa pada retorika Ust. Felix Y. Siau sebagai berikut: Edisi 4 November 2012 judul “Bahaya Menukarkan Hidayat Allah

⁶⁴ Aisatul Cholifah, *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”)*, (Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

⁶⁵ Ahmad Arif Khakim, *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siau (studi pada program acara pengajian Inspirasi Iman di TVRI)*, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014)

dengan Permainan dan Kesombongan Dunia” susunan bahasanya adalah Deduktif, logis dan kronologis. Selanjutnya edisi 11 November 2012 judul *“Memprioritaskan Aktivitas Utama Kewajiban Kepada Allah SWT”* susunan bahasanya induktif, logis, dan kronologis. Edisi 18 November 2012 judul *“Menempa Akhlaq Karima”* susunan bahasa induktif, kronologis dan logis. Terakhir edisi 25 November 2012 *“Menghindari Jalan-jalan yang Dimurkai Allah SWT”* susunan bahasa deduktif dan logis.

Dari tinjauan pustaka 1 dan 2 masing-masing peneliti memiliki fokus yang berbeda-beda. Begitupun jika dibandingkan dalam skripsi ini, yakni sama-sama meneliti tentang retorika seorang da'i namun berbeda mengenai apa yang dibahas. Dalam skripsi ini penulis memilih tokoh ustadz Abdul Somad sebagai objek yang akan diteliti, karena dalam menyampaikan materi dakwah di *YouTube* menarik, gaya bahasa yang digunakan beliau bersifat bahasa sehari-hari dan terkesan ceplas-ceplos, gaya suara beliau pun masih sangat khas dengan logat daerah asalnya yaitu bahasa Melayu dan sangat lantang ketika menyampaikan ceramahnya. Hasil dari penelitian ini akan di analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Serta penulis juga ingin mengetahui bagaimana *Youtube* ustadz Abdul Somad sebagai media pembelajaran retorika dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol. X, No. 1 2009
- Afifudin, *Et.al, Metodeologi Penelitian Kualitatif*, Pustaka Setia : Bandung, 2012
- Arif Khakim, Ahmad, *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauww studi pada program acara pengajian Inspirasi Iman di TVRI*, Yogyakarta: Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Badara, Aris, *Analisis Wacana Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Bahri An-Nabary, Fathul, *Meniti Jalan Dakwah*, Jakarta: Amza, 2008
- Candor Trio, Dwi, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia*, Yogyakarta: Irtikaz, 2010
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012
- Cholifah, Aisatul, *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah "Pemuda Masa' Gitu")*, Surabaya: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Depok: Penerbit Gema Insani, 2015
- Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKiS, 2011
- Hada Yakan, Muna, *Hati-Hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, Jakarta: Gema Insani Pers, 2000
- Hasanudin, AH, *Retorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: PT Usaha Nasional, 1982

- Hendrikus, Dori Wuwur, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, Yogyakarta: Kanisius, 1991
- <http://aceh.tribunnews.com/2018/02/21/ini-alasan-ustaz-abdul-somad-terima-gelar-datuk-seri-ulama-setia-negara-dari-lembaga-adat-melayu?page=all>
diakses pada hari senin, 30 Maret 2020, pukul 10:30
- <http://pontianak.tribunnews.com/2018/10/21/ustadz-abdul-somad-bergelar-kayimangku-jagadilaga-dari-kerajaan-matantanjungpura> diakses pada hari senin, 30 Maret 2020, pukul 11:15
- <http://www.biografiku.com>.
- <http://www.slideshare.net/mobile/DhoennyNgerusuk/retorika-dakwah>
- <https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/>
- <https://www.republika.co.id/berita/inpicture/nasionalinpicture/18/04/10/p6z6bl283lima-sosok-penerima-anugrah-tokoh-perubahan-republika-2017> diakses pada senin, 30 Maret 2020, pukul 10:00
- Ismail, Ilyas dan Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosisal*, Bandung: Mandar Maju, 1996
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 1993
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2007
- Latief Rosydy, T.A, *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi Dan Informasi*, (Medan: PT Firma Rainbow, 1939
- M. Munir, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Maarif, Zainul, *Retorika Metode Komunikasi Public*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010
- Martha, I Nengah, *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*, PRASI, Vol. 6, No. 12, 2010
- Muh. Siswa. R, *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 3, No. 2, 2015

- Mushthafa Yaqub, Ali, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015
- Ni'amul Qohar, Muhammad Yusuf, *Abdul Somad, Lc., MA Ustadz Zaman Now*, Yogyakarta: Mutiara Media, 2018
- Noviyanto, Kholid dan Sahroni A. Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i Dan Prilaku Memilih Penceramah*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 04, No. 01, 2004
- Purnama, Hadi, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication* Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011
- Rafanani, Been, *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara*, Yogyakarta: Araska, 2017
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013
- Rakhmat, Jalaluddin, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014
- Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2016
- Rozita, Charlina, Mangatur Sinaga, *Retorika Ustadz Abdul Somad*, JOM FKIP, Vol. 5, No.2, 2018
- Saidah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung:RemajaRosda Karya, 2015
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Soehartono, Irawan, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008
- Somad, Abdul, *33 Tanya Jawab Seputar Qurban*, Pekanbaru: Tafaquh Press, 2009
- Somad, Abdul, *37 Masalah Populer*, Pekanbaru: Tafaquh Study Club, 2015
- Somad, Abdul, *77 Tanya Jawab Seputar Sholat*, Pekanbaru: Zafana, 2013
- Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2017
- Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013
- Syamsul M. Romli, Asep, *Jurnalistik Online* Bandung: Nuansa Cendikia, 2014

- Syaodih Sukmadinata, Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet. VI, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010
- Tasmara,Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama,1997
- Tim Redaksi Qultummedia, *Ustadz Abdul Somad Ustadz Zaman Now*, Jakarta: QultumMedia, 2018
- Uch Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005
- Utami Dewi, Firiana, *Public Speaking*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013
- W. Creswell, Jhon, *Research Design; Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, terj. Achmad Fawaid, Rianayati Kusmini Pancasari, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016
- Ya'qub, Hamzah, *Publistik Islam*, Bandung: Diponegoro, 1992